

与其捍卫自己的糊涂，不如死守迷妹的底线——迷恋他人，总是比认清自己更容易。

迷妹的反击

【文/于是】



me too风暴席卷全球，K小姐神不知鬼不觉也被卷了进去，地铁坐过了三站，上班迟到，被扣了钱。

说起来是八竿子打不着的事，但都是真事。K的偶像——某好莱坞明星被举报，站出来说话的女人们大都在娱乐圈。从中学开始，这个明星的脸就日夜出现在K的卧室墙头、宿舍蚊帐旁、手机屏保以及电脑桌面上，不难想象，这次举报在她心中掀起了轩然大波。可怜她在信号不好的早高峰地铁上挤在一堆陌生人中间勉强地翻查，想找出那几个女人的背景、历史、是否有心理医生……

回到公司被老板骂了几句，飞快投入工作，浏览回复几百条邮件之后，她突然顺手给老同学发了一条：还记得那个体育老师吗？老同学在另一个城市的同样等级的写字楼里做着同样的事，秒回：当然记得！怎么突然想到他了？

因为他是K此生第一个有过直接身体接触的男性吗？在一群身体还没长开的女生中间，他唯独挑中K做各种动作示范，以旁人看不到的角度施展咸猪手，甚至K本人过了好几年才意识到那就是传说中的咸猪手。这件事，没有人知道。老同学也不例外，如果知道，也未必能联想到源头是明星被me too吧？但若指控的对象是个毫无名气的男人呢？对有些男人而言，平凡本身就包含了猥琐的意味，你若是没证据地骂他下

流，他还当是夸奖呢。所以她一直不说，不骂，但也没有忘记。

重点是K也没有证据，为什么一心一意觉得偶像就是被冤枉的呢？为什么没有在第一时间站在女性该有的立场上呢？她的脑回路很慌乱，没有直截了当地给予立场正确的解答，而是迂回地绕到青春期刚开始的校园里，拍得出灰尘的垫子、油漆斑驳的单杠……似乎潜意识要帮她做出正确的表态，把男性的劣根性精准投放到猥琐的体育老师身上，以便不再有余可以误判到偶像身上。

体育老师看到的是她比别人发育得早的身体，偶像却可能看到她比别人成熟得晚的迷妹基因。这么大了，能在一天之内利落做出168页PPT，却不能冷静客观地看待一则捕风捉影的新闻。K在玩味儿时回忆之后，突然意识到自己并不在乎这件事，这么多年来没有跟旁人吐槽，不只是因为不好意思，还觉得讲这件事没意义，因为你不能丑化一个已经很丑的男人了。

落后的人常常也会表现得很激进。那天的工休时间里，她继续做功课，把爆料的几个女明星的老底都揪出来，在朋友圈里义正辞严地为偶像打call。如此看来，她应该不会理直气壮地站在进步女性的阵营了。

乐活记

>>>

工作日的早高峰通常也是朋友圈的第一波小高潮，我也不例外。上车不等坐定就掏出手机，大脑还昏沉在起床气中，肢体惯性已默认启动。

老朋友Y的倩影止住了我滑屏的手指。大学毕业我进入一家日本商社工作，她晚我两年入职。多少年过去了，我已经跳槽四次，她倒是忠心耿耿，始终不曾离开。照片上纤瘦的Y穿着西装、套裙、浅口鞋，用着手挽袋，神情明媚气质温柔，画风非常日本。

西装套裙？我已多久没穿，也不曾见过了？四次跳槽都是便服，自从进入花生界，我字典里的formal就再也没有西装套裙这个选项了。若干年前MBA面试，强调要穿正装。同学们纷纷来找我咨询穿衣指导。我职业病上身，一位位个性化分析，她们却觉得麻烦。直到我搬出“西装、套裙和衬衫”，这才皆大欢喜。当天我自己穿了圆领白T恤加单肩西装，还佩戴了一款男表。这样的我，真不是正装的好代表啊。

回忆交错之际，我给老朋友点了赞，写下评语：好久没见过正装的扮相了，气质完胜。她秒回道：呵呵，我不是欧美范，在我们这儿就是正常而已。是的我记得，在陆家嘴有无

数像她这样的女子，素雅端庄，一周五天穿着或是制服或是私服的工装。只是我已习惯，在南京西路随处可见的球鞋LOOK，男女模糊的穿衣模式和时不我待的吸睛潮物。

业内有个词叫作FOMO (Fear Of Missing Out)，是一种“害怕错过”的焦虑和动力。比如说前几年爆出的小白鞋，近几季疯炒的老爹鞋，讨论美丑你就落后了，“有没有”和“火不火”才最重要。大牌们不能免俗，接连制造热点和爆款，最怕不被人们议论。精品业曾经推崇的永恒、经典和优美在这一届消费者眼里不值一提。他们的买单动力是新鲜、酷、有名，就要此刻拥有，谁管三生三世。

抛开焦虑症患者的业内人士身份，有时候我也会疑惑时下这种并不以美为标准的时尚，在大众的眼里是什么模样。肩披大衣可能会被被认为是坏女人，球鞋配西裤真的并不好看，SACAI的裙子难道不是直男的噩梦？

和前同事直男吃饭的时候，翻出了Y的这条记录。他盯着看了一会儿笑道：梦回昭和时代！不时髦但是感觉有温度。然后朝我撇撇嘴，你哪天也穿一套给我看看？不能配球鞋哦！

业内有个词叫作FOMO (Fear Of Missing Out)，是一种“害怕错过”的焦虑和动力。精品业曾经推崇的永恒、经典和优美在这一届消费者眼里不值一提。

时尚焦虑症

【文/瞧爱】



爱美嘉年华，万人变美季

——首届全国医疗(光电)美容机构博览会开幕在即



为了推动我国医美行业的健康发展，助力行业建立优质服务，提高医美消费信息透明度，搭建消费者、品牌机构、医美医生之间信息交互、共享、评价平台，本着规范、专业、安全的原则，由中国面部整形与重建外科学会、泛亚地区面部整形与重建外科学会中国分会、全联学院主办，上海现代服务业联合会、全国工商联美容化妆品业商会、上海市社会医疗机构、上海市网络文化协会支持的首届全国医疗(光电)美容机构博览会，将于2018年7月7日—8日，在上海跨国采购会展中心隆重举行。

随着人民生活水平的不断提高，医学美容也渐渐走入了寻常百姓的日常生活。与此同时，一个矛盾问题也逐渐显现出来：消费者在向往高科技所带来的美丽与便捷的同时，又因为对这个领域了解甚少，而产生诸多疑惑甚至是不信任。

据悉，此次医博会的展览面积将达到6000多平方米，参展医院将近70家，同期还举行了首届中国面部整形与重建外科学会学术大会。届时，大会主席——第三军医大学西南整形美容外科医院院长、博士生导师李世荣教授将带领来自全国各地知名医疗美容医院(上海交通大学附属九院、复旦大学附属华山医院、长征医院、长海医院等)的近百位专家来到医博会现场，进行答疑解惑，咨询内容涵盖近20个项目。自6月15日起，所有线上注册(关注微信公众号：爱美嘉年华)报名参加本次医博会的爱美人士，均可在线上注册平台进行预约，由于数量有限，所以每位限量预约2个项目。

组委会还组织了本市及长三角地区百家知名医疗美容机构、光电美容机构、医美产品机构及医美互联网服务机构在医

博会期间进行集中展示。通过开展医美机构诚信经营承诺、医美品牌特色服务展示、典型医美技术案例宣传的活动向参会的爱美人士展示机构的特色和技术能力，塑造医美机构品牌形象及影响力。爱美人士在现场就可以亲身体验多个检测项目，零距离感受不同医美项目的特色与魅力，深入了解当下最先进的医美理念与技术，从而筹划最适合自己的变美之路。

与此同时，十场不同主题的专题沙龙将陆续展开，邀请了整形美容领域中应用较为广泛的玻尿酸、肉毒素、干细胞等产品厂商及设备厂商就产品选择、功能、辨识等问题进行专题讲座，帮助消费者正确认知医美，提高自我保护的意识和能力。

秉承全行业协同发展的理念，这是国内将医美学术交流活动与医美产业博览会相融合的首创，医美学术专家、知名医美设备厂商、规范医美运营机构和求美消费者在一个平台上的贯通交流，用严谨塑造美丽，用规范引导行业，共享医美发展带来的红利。关注微信公众号，预约参与本次活动

